

ANALISIS PERILAKU NASABAH NONMUSLIM MEMILIH SIMPANAN DI PERBANKAN SYARIAH

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the development of non-Muslim customers of Islamic banking in Surabaya. To determine the result, a research of the customer behavior of non-Muslims in Islamic banking in choosing a savings product mudaraba has been done. This study uses primary data collection. The primary data was obtained through direct interviews of the non-Muslim customers in the area of Surabaya. Some factors that affect the customers' interest are non-Muslim customers' mindset of the Islamic bank, the knowledge of the usury prohibition, and the benefits that non-Muslim customer will get in Islamic banks. This study used a qualitative approach and triangulation data method. The results of the analysis of the six respondents indicated that there is a dominating influence on the behavior of non-Muslim customers in choosing a mudaraba savings product in Islamic banking. This study was intended to raise the customers' interests of Islamic banks' products, so the Islamic banks can compete with the conventional banks in the future.

Keywords: development of non-Muslim customers, products mudaraba Islamic Bank.

Pendahuluan

Di zaman yang semakin maju ini banyak sekali perkembangan terjadi begitu cepat meliputi kemajuan teknologi, gaya hidup, dunia usaha yang seakan tak akan pernah pupus. Begitu juga dengan perkembangan industri perbankan yang tidak kalah jauh berkembang dengan industri disekitarnya. Perkembangan yang terjadi di industri perbankan dapat terjadi karena penyesuaian zaman serta adanya masukan dari masyarakat demi terpenuhi kebutuhan hidup.

Indonesia merupakan negara berketuhanan yang menjunjung tinggi kebebasan beragama. Ketentuan ini ditegaskan dalam Pancasila sila pertama, yaitu “Ketuhanan Yang Maha Esa” dan Undang-undang Dasar 1945 pasal 29 ayat (2), yaitu: “Negara menjamin kemerdekaan tiap-tiap penduduk untuk memeluk agama masing-masing dan untuk beribadah menurut agamanya dan kepercayaannya itu”. Saat ini terdapat enam agama resmi (yang diakui secara hukum) di Indonesia,

yaitu: Islam, Kristen Protestan, Kristen Katolik, Hindu, Buddha, dan Kong Hu Chu. Tidak dapat dipungkiri pola pikir fanatisme agama masih kental di masyarakat Indonesia. Sehingga persepsi perbankan Syariah sendiri hanya dipahami oleh kaum muslim saja. Meskipun di pahami oleh umat muslim sistem perbankan Syariah sendiri masih dianggap kurang menguntungkan dibandingkan sistem perbankan konvensional. Faktor lain yang mempengaruhi seseorang berminat menjadi nasabah pada sebuah bank adalah reputasi. Suatu bank yang mempunyai reputasi yang baik akan dipercaya oleh nasabahnya. Sebuah bank akan dipandang dengan reputasi baik apabila bank itu diakui dan dipercaya sebagai perusahaan jasa dengan nama baik dimata masyarakat.

Penelitian yang dilakukan Bank Indonesia dan Universitas Brawijaya Tahun 2000 membagi faktor yang mempengaruhi *Bank customer's decisions process* yaitu) (1) *Marketing Stimuli (Product, Price, Promotion, place)*; (2) *Other Stimuli (Economy)*; dan (3) *Bank Customer's Characteristics (Cultural, Social, Personal, Psychological)*.

Bagi responden yang sudah menjadi nasabah Bank Syariah, sebagian besar mereka sudah memahami Bank Syariah, baik secara penuh (58,3%) maupun secara sebagian (25%). Faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat individu untuk memilih Bank Syariah antara lain; (1) Informasi dan Penilaian, (2) Humanisme dan Dinamis, (3) Ukuran dan Fleksibilitas Pelayanan, (4) Kebutuhan, (5) Lokasi, (6) Keyakinan dan Sikap, (7) Materialisme, (8) Keluarga, (9) Peran dan Status, (10) Kepraktisan dalam Menyimpan Kekayaan, (11) Perilaku pasca pembelian, (12) Promosi Langsung, dan (13) Agama.

Dengan adanya faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan putusan nasabah untuk menggunakan jasa bank Syariah. Sangat penting bagi setiap perbankan untuk memperhatikan hal tersebut demi kelangsungan lembaga tersebut. Diminati atau tidaknya suatu lembaga keuangan sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor yang sifatnya psikologis yang menyangkut aspek-aspek perilaku, sikap dan selera. Dan bukan hanya faktor psikologis saja, ada banyak faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan jasa lembaga keuangan Syariah.

Kondisi diatas menarik apabila dikaitkan dengan minat nasabah Non-Muslim yang memilih menjadi nasabah di bank Syariah. Sebagaimana telah kita ketahui dari label yang ada yakni Syariah, disini berarti bahwa sistem yang dijalankan adalah dengan berdasarkan prinsip-prinsip Syariah.

I. Landasan Teori

Lembaga Keuangan

Wiroso (2009:15) menjelaskan lembaga keuangan adalah badan usaha yang kekayaannya terutama dalam bentuk aset keuangan atau tagihan (*claims*) dibandingkan dengan aset non finansial atau aset riil. Lembaga keuangan di Indonesia dibagi menjadi Lembaga Keuangan Bank dan Lembaga Keuangan Bukan Bank.

Definisi Bank Syariah

Undang-undang No. 21 tahun 2008 tentang Bank Syariah pasal 1 mendefinisikan Bank Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melakukan kegiatan usahanya. Kemudian pada ayat 7, Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Pada ayat 12, dijelaskan prinsip Syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang Syariah.

Riba

Menurut Antonio (2001) riba secara bahasa bermakna : zidayah (*tambahan*). Dalam pengertian lain secara linguistik, riba juga bisa berarti *tumbuh* dan *membesar*. Adapun menurut istilah teknis riba berarti pengambilan tambahandari harta pokok atau modal secara batil. Namun secara umum riba adalah pengambilan tambahan, baik dalam transaksi jual belimmaupun pinjam-meminjam secara batil atau bertentangan dengan prinsip muamalah dalam islam.

Alasan Pembénaran Pengambilan Riba

Menurut Antonio (2001) sekalipun ayat-ayat dan hadist riba sudah sangat jelas dan *sharih*, masih saja ada beberapa cendikiawan yang mencoba untuk memberikan pembénaran atas pengambilan bunga uang. Diantaranya karena alasan berikut.

1. Dalam keadaan darurat
2. Hanya bunga yang belipat ganda saja yang dilarang, sedangkan suku bunga yang “wajar” dan tidak menzalimi, diperkenankan.
3. Bank, sebagai lembaga, tidak masuk dalam kategori *mukallaf*. Dengan demikian, tidak terkena *khitab* ayat-ayat dan hadist riba.

Konsep Riba Dalam Persepektif Non Muslim

Menurut Antonio (2001) riba bukan hanya merupakan persoalan masyarakat muslim, tetapi berbagai kalangan luar islam pun memandang serius hal ini. Karena, adanya kajian terhadap masalah riba dapat dirunut mundur hingga lebih dari dua ribu tahun silam. Masalah riba telah menjadi bahan bahasan kalangan Yahudi, Yunani, demikian juga Romawi. Kalangan kristen dari masa ke masa juga mempunyai pandangan tersendiri tentang riba. Karena itu, sepantasnya bila kajian tentang riba pun melihat dari kalangan non muslim tersebut.

Dampak Negatif Riba

Menurut Antonio (2001) dampak negatif dari riba sebagai berikut :

1. Dampak Ekonomi

Diantara dampak ekonomi riba adalah dampak inflatoir yang diakibatkan oleh bunga sebagai biaya uang. Hal tersebut disebabkan karena salah satu elemen dari penentu harga adalah suku bunga. Semakin tinggi suku bunga, maka semakin tinggi pula harga yang akan ditetapkan pada

suatu barang. Dampak lainnya adalah hutang, dengan rendahnya tingkat penerimaan peminjam dan tingginya biaya bunga, akan menjadikan peminjam tidak pernah keluar dari ketergantungan, terlebih lagi bila bunga atas hutang di bungakan. Akibatnya yang terjadilah utang yang terus-menerus. Ini yang menjelaskan proses terjadinya kemiskinan struktural yang menimpa lebih dari separoh masyarakat dunia.

2. Sosial Kemasyarakatan

Riba merupakan pendapatan yang didapat secara tidak adil. Para pengambil riba menggunakan uangnya untuk memerintahkan orang lain agar berusaha dan mengembalikan, misalnya dua puluh lima persen lebih tinggi dari jumlah yang di pinjamkan. Persoalannya, siapa yang bisa menjamin bahwa usaha yang dijalankan orang tersebut nantinya mendapatkan keuntungan lebih dari dua puluh lima persen? Semua orang, apa lagi yang beragama, tahu siapa pun tidak bisa memastikan apa yang terjadi besok atau lusa. Siapa pun tahu bahwa berusaha memiliki dua kemungkinan yaitu berhasil atau gagal. Dengan menetapkan riba, orang sudah memastikan bahwa usaha yang dikelola pasti untung

Pengertian Nasabah

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank Syariah dan atau Unit Usaha Syariah. Nasabah dalam perbankan syariah dibagi menjadi tiga yaitu :

1. Nasabah Penyimpan

Merupakan nasabah yang menempatkan dana di bank syariah dalam bentuk simpanan berdasarkan akad antara bank syariah dengan nasabah yang bersangkutan.

2. Nasabah Investor

Merupakan nasabah yang menempatkan dananya di bank syariah dalam bentuk investasi berdasarkan akad antara bank syariah dan nasabah yang bersangkutan.

3. Nasabah penerima fasilitas

Merupakan nasabah yang memperoleh fasilitas dana atau yang dipersamakan dengan itu, berdasarkan prinsip syariah.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Dalam pemasaran jasa dengan hanya mengandalkan 4P (*product, price, promotion, place*), perusahaan tidak dapat memahami hubungan timbal balik antara aspek-aspek kunci dalam bisnis jasa.

1. *Product* (Produk)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat di tawarkan meliputi barang fisik, jasa, orang, tempat, organisasi, dan gagasan.

2. *Price* (Harga)

Yaitu jumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa.

3. *Promotion* (Promosi)

Aktivitas yang mengkomunikasikan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya.

4. *Place* (Tempat Atau Lokasi)

Termasuk aktivitas perusahaan untuk menyalurkan produk atau jasa yang tersedia bagi konsumen.

5. *People* (Orang)

Adalah semua pelaku yang memainkan sebagai penyajian jasa dan karenanya mempengaruhi persepsi pembeli. Yang termasuk dalam elemen ini adalah personel perusahaan dan konsumen lain dalam lingkungan jasa.

6. *Process* (Proses)

Meliputi prosedur, tugas-tugas, jadwal-jadwal, mekanisme, kegiatan dan rutinitas dimana suatu produk atau jasa disampaikan kepada pelanggan.

7. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Merupakan lingkungan fisik dimana jasa disampaikan, perusahaan jasa dan konsumennya berinteraksi dan setiap komponen yang berwujud memfasilitasi penampilan atau komunikasi jasa tersebut.

Perilaku Konsumen

Pendapat Kotler dan Keller (2009: 214), bahwa perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor kekuatan budaya, sosial, pribadi dan kekuatan psikologis. Yang mempunyai pengaruh paling luas dan paling dalam adalah faktor-faktor budaya.

Budaya

Budaya dapat didefinisikan sebagai hasil kreativitas manusia dari satu generasi kegenerasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat. Schiffman dan Kanuk (2008: 356) mendefinisikan budaya sebagai keseluruhan kepercayaan, nilai-nilai, dan kebiasaan yang dipelajari yang membantu mengarahkan perilaku konsumen para anggota masyarakat tertentu.

Kelas Sosial

Menurut Kotler dan Keller (2009: 216) pada dasarnya, semua masyarakat memiliki stratifikasi sosial yang lebih sering ditemukan dalam kelas sosial, pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen, yang tersusun secara hirarkis dan yang para anggotanya menganut nilai, minat, dan perilaku serupa.

Kelompok Acuan

Kotler dan Keller (2009: 217) mendefinisikan pemimpin opini (*opinion leader*) adalah orang yang komunikasi informalnya atas produk dapat memberikan saran atau informasi Bank Syariah yaitu bank yang dalam aktivitasnya, baik penghimpun dana maupun dalam rangka penyaluran dananya memberikan dan mengenakan imbalan atas dasar prinsi Syariah yaitu jual beli dan bagi hasil.

II. Metode Penelitian

Jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena menginterpretasikan, menyoroti dan menjelaskan suatu fenomena unik. diukur oleh penelitian dengan pendekatan kuantitatif, karena berkaitan dengan memahami

pengalaman orang-orang terkait dengan fenomena yang terjadi. Moleong (2007:6)

Tujuan dan Lokasi Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, pengambilan lokasi di bank Syariah yang terletak di daerah Surabaya. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat non muslim menjadi nasabah di perbankan syariah.

Metode Pengumpulan data

Sebagai pelengkap maka diperlukan data atau informasi yang baik dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Perolehan data berhubungan dengan menggunakan metode sebagai berikut :

1. Penelitian lapangan (field Research)

Yaitu penelitian yang dilakukan pada perusahaan yang bersangkutan untuk memperoleh data yang berhubungan dengan penelitian dan penulisan saya dengan cara :

a. Observasi

Yaitu bentuk penelitian yang dilakukan penulis dengan pengamatan baik secara berhadapan langsung maupun secara tidak langsung seperti memberikan daftar pertanyaan untuk dijawab.

b. Wawancara

Yaitu bentuk penelitian dengan cara mencari informasi tentang tanggapan responden mengenai variabel dalam penelitian ini. Peneliti melakukan wawancara kepada responden untuk memperoleh data yang sesuai dengan kriteria dalam penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya.

c. Penelitian kepustakaan (*library research*)

Yaitu penelitian yang dilakukan dengan membaca beberapa buku literatur, mengumpulkan dokumen, arsip dan mencari sebanyak-banyaknya informasi.

Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan untuk penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang didapatkan langsung dari sumber

informasi yang bersangkutan. Menurut Hasan (2002:82) data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau bersangkutan memerlukannya. Sedangkan data sekunder merupakan data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain ataupun dokumen (Sugiyono, 2013:62).

Teknik Keabsahan Data

Penilaian keabsahan penelitian kualitatif terjadi pada waktu proses pengumpulan data, dan untuk menentukan keabsahan data diperlukan teknik pemeriksaan. Pelaksanaan teknik pemeriksaan didasarkan atas sejumlah kriteria tertentu dan dalam memeriksa keabsahan data yang diperoleh maka penulis menggunakan teknik triangulasi data. Menurut Sugiyono (2013),

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini untuk mengetahui populasi nasabah non muslim di perbankan syariah bisa diketahui. Penelitian ini juga sebenarnya bisa menggunakan metode *random sampling*. Karena adanya keterbatasan waktu dan adanya peraturan yang membatasi informasi nasabah di bank syariah surabaya sehingga dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* adalah teknik pengambilan informan sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2007:2008).

III. Hasil dan Pembahasan

KARATERISTIK INFORMAN

Bab ini membahas hasil wawancara secara terdalam serta pemberian kuisisioner secara langsung agar dapat mencapai hasil yang sesuai yang di inginkan, teknik pengambilan data dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Jumlah informan dari hasil wawancara sebanyak sembilan informan, terdiri dari tiga pegawai bank syariah wilayah Surabaya, serta enam informan lainnya merupakan nasabah bank syariah non muslim yang memilih produk *mudharabah* yang meliputi deposito dan tabungan.

Tabel 4.1

Karateristik Informan (Pegawai)

No	nama	umur	Pegawai	Tanggal Wawancara
1	Feby Farouq	25 tahun	Bank Jatim Syariah	17 Oktober 2016
2	Tamalia yunia nurrahmah	23 tahun	Bank Jatim Syariah	17 Oktober 2016
3	Hanindya putri	25 tahun	Bank Jatim Syariah	17 Oktober 2016

Sumber : Hasil pengolahan data primer 2016

Tabel 4.2

ANALISIS TRIANGULASI

No	Nama	Umur	Profesi	Jenis Produk <i>Mudharabah</i>	Tanggal Wawancara
1	Ivana Yan Putri	22 Tahun	Staf Perusahaan	Tabungan	15-Okt-16
2	Debby	22 Tahun	Mahasiswa	Tabungan	14-Okt-16
3	Niko Kurniawan	20 Tahun	Pelajar	Tabungan	16-Okt-16
4	Dionicia Chandrika Destiara	21 Tahun	Mahasiswa	Tabungan	18-Okt-16
5	Fenty	50 Tahun	Wiraswasta	Tabungan	24-Okt-16
6	Andrie	57 Tahun	Wiraswasta	Tabungan	23-Okt-16

Sumber : Hasil pengolahan data primer 2016

Tabel 4.3 menunjukkan alasan mengapa pegawai muslim bank syariah wilayah Surabaya memilih produk *mudharabah*. Dari hasil wawancara yang dilakukan kepada pegawai bank syariah di wilayah Surabaya memiliki jawaban yang hampir sama kecuali informan nomor tiga. Kesamaan alasan memilih produk *mudharabah* selain faktor keyakinan (Realigi) yang dimiliki ada juga faktor produk yang dipilih sama yaitu tabungan . Akan tetapi informan ketiga memiliki alasan berbeda dengan kedua informan lainnya untuk pemilihan produk *mudharabah* di bank syariah. Alasan pemilihan produk *mudharabah* disebabkan karena keuntungan yang didapat. Keuntungan yang didapat berupa tidak adanya pinalti deposito. Dengan tidak adanya pinalti deposito informan nomor tiga tidak perlu khawatir jika suatu saat terjadi penarikan deposito secara mendadak tidak sesuai dengan jadwal yang disepakati bersama pihak bank.

Tabel 4.3

Alasan Nasabah Non Muslim Memilih Produk *Mudharabah* Dari Sudut Pandang Pegawai Bank Syariah

No	Nama	Umur	Profesi	Jenis Produk <i>Mudharabah</i>	Tanggal Wawancara
1	Ivana Yan Putri	22 Tahun	Staf Perusahaan	Tabungan	15-Okt-16
2	Debby	22 Tahun	Mahasiswa	Tabungan	14-Okt-16
3	Niko Kurniawan	20 Tahun	Pelajar	Tabungan	16-Okt-16
4	Dionicia Chandrika Destiara	21 Tahun	Mahasiswa	Tabungan	18-Okt-16
5	Fenty	50 Tahun	Wiraswasta	Tabungan	24-Okt-16
6	Andrie	57 Tahun	Wiraswasta	Tabungan	23-Okt-16

Tabel 4.3 menunjukkan alasan mengapa pegawai muslim bank syariah wilayah Surabaya memilih produk *mudharabah*.

Dari hasil wawancara yang dilakukan kepada pegawai bank syariah di wilayah Surabaya memiliki jawaban yang hampir sama kecuali informan nomor tiga. Kesamaan alasan memilih produk *mudharabah* selain faktor keyakinan (Realigi) yang dimiliki ada juga faktor produk yang dipilih sama yaitu tabungan . Akan tetapi informan ketiga memiliki alasan berbeda dengan kedua informan lainnya untuk pemilihan produk *mudharabah* di bank syariah. Alasan pemilihan produk *mudharabah* disebabkan karena keuntungan yang didapat. Keuntungan yang didapat berupa tidak adanya pinalti deposito.

Tabel 4.4

Alasan Nasabah Non Muslim Memilih Produk *Mudharabah*

Informan	Alasan Nasabah Non Muslim Memilih Produk <i>Mudharabah</i>	Keterangan
Informan 1	Terdapat banyak promo	Setelah menjadi nasabah bank syariah informan mendapatkan banyak promo dalam bentuk diskon di berbagai restoran
Informan 2	Transparansi	Pemilihan menjadi nasabah bank syariah didasari oleh kejelasan perputaran uang tabungan.
Informan 3	Bebas Biaya Administrasi	Pada saat menjadi nasabah bank syariah informan dibebaskan dari biaya administrasi
Informan 4	Tidak ada potongan tiap bulan	Pada saat menabung di bank syariah tidak ada pemotongan biaya tabungan setiap bulan
Informan 5	Bebas biaya administrasi bank	Pada saat menjadi nasabah bank syariah informan dibebaskan dari biaya administrasi
Informan 6	Tidak ada bunga dan bagi hasil	Keuntungan bagi hasil lebih menjanjikan bagi informan

Sumber : Hasil pengolahan data primer 2016

Tabel 4.4 menjelaskana alasan dari nasabah non muslim memilih produk *mudharabah* di Bank Syariah Wilayah Surabaya. Semua alasan

informan memilih produk *mudharabah* tercantum didalam tabel 4.4, alasan yang paling mendominasi menjadi nasabah bank syariah adalah tidak adanya biaya administrasi pada saat membuka rekening tabungan di bank syariah tersebut. Terdapat dua informan yang memilih alasan tidak adanya biaya administrasi yaitu informan 3 dan informan 5. Tidak adanya potongan setiap bulan menurut informan 4 sangat menguntungkan nasabah dikarenakan uang yang ditabung tidak akan menyusut melihat dari status informan masih mahasiswa. Promo makanan di berbagai restoran merupakan alasan informan 1 menjadi nasabah bank syariah. Promo makanan di restoran sangat membantu informan 1 untuk menekan biaya pengeluaran. Informan 6 memilih menjadi nasabah bank syariah dikarenakan rekomendasi dari pihak bank konvensional yang menjelaskan keuntungan menjadi nasabah bank syariah. Adanya transparansi serta kejelasan alur perputaran uang yang ditabungkan membuat informan 2 lebih memilih menjadi nasabah bank syariah. Transparansi yang dilakukan oleh bank syariah sangat membantu informan 2 membangun rasa kepercayaan menjadi nasabah.

Tabel 4.5

**Alasan Nasabah Non Muslim Memilih Produk *Mudharabah* Menurut
Teori Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian
(Zeithaml dan Bitner)**

Informan	Teori Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	Keterangan
Informan 1	<i>Promotion</i>	Banyaknya promosi yang diberikan oleh bank syariah, dapat mengurangi pengeluaran dalam berbelanja.
Informan 2	<i>Process</i>	<i>Process</i> yang cepat dan jelas serta di beri penjelasan yang detail membuat nasabah merasa nyaman dan aman
Informan 3	<i>Product</i>	Produk yang ditawarkan sangat bagus dan menguntungkan bagi nasabah, serta jaminan halal yang diterima jelas karena non riba
Informan 4	<i>Price</i>	Bebasnya biaya administrasi serta tidak ada potongan rekening tabungan setiap bulan.
Informan 5	<i>Promotion</i>	Banyaknya promosi yang diberikan oleh bank syariah, dapat mengurangi pengeluaran dalam berbelanja.
Informan 6	<i>Product</i>	Produk yang ditawarkan sangat bagus dan menguntungkan bagi nasabah, serta jaminan halal yang diterima jelas karena non riba.

Sumber : Hasil pengolahan data primer 2016

Pada tabel 4.5 menjelaskan alasan nasabah non muslim memilih produk *mudharabah* menurut teori faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian menurut Zeithaml dan Bitner (2003). Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terdapat empat faktor pengaruh keputusan pembelian yang dipilih dari tujuh faktor yang tersedia yaitu

1. *Product*
2. *Promotion*
3. *Process*
4. *Price*

Berdasarkan empat faktor yang dipilih terdapat dua faktor yang mendominasi yaitu produk dan promotion. Sedangkan dua faktor lainnya yaitu *price* dan *process* hanya terdapat satu informan yang memilih. Informan 3 dan informan 6 memilih faktor *product* untuk menjadi nasabah bank syariah. *Promotion* merupakan faktor mendominasi dalam penelitian ini. Informan 1 dan informan 5 memilih produk ini karena promosi yang diberikan sangat banyak terutama promosi di restoran dan berbelanja sehari-hari. *Process* merupakan faktor pilihan dari informan 2. Pemilihan faktor *process* dikarenakan sistem bank syariah mengutamakan transparansi dan bagi hasil yang sesuai dengan kaidah. *Price* adalah faktor yang menjadi pilihan informan 4. Pemilihan faktor *price* dikarenakan status dari informan 4 masih mahasiswa.

Tabel 4.6

**Alasan Nasabah Non Muslim Memilih Produk *Mudharabah* Menurut
Teori Perilaku Konsumen (Kotler dan Keller)**

Informan	Teori Perilaku Konsumen	Keterangan
Informan 1	Kelompok Acuan	Pemilihan menjadi nasabah bank syariah didasari oleh saran dari teman
Informan 2	Keluarga	Pemilihan menjadi nasabah bank syariah merupakan nasihat dari ayah informan
Informan 3	Kelompok Acuan	Pemilihan menjadi nasabah bank syariah didasari oleh saran dari teman
Informan 4	Kelas Sosial	Status mahasiswa masih dipengang oleh informan 4 membuat informan memilih bank syariah sesuai dengan kebutuhan.
Informan 5	Kelompok Acuan	Pemilihan menjadi nasabah bank syariah didasari oleh saran dari teman
Informan 6	Kelas Sosial	Promosi dari bank konvensional yang membuat informan menjadi nasabah bank syariah karena sesuai dengan kebutuhan

Sumber : Hasil pengolahan data primer 2016

Tabel 4.6 menjelaskan alasan nasabah non muslim memilih produk *mudharabah* menurut teori perilaku konsumen Kotler dan Keller (2009). Hasil wawancara dari enam narasumber penelitian ini menghasilkan tiga faktor yang mendominasi yaitu sebagai berikut :

1. Kelompok Acuan
2. Kelas Sosial
3. Keluarga

Kelompok acuan merupakan faktor yang sangat mendominasi dalam penelitian ini. Jumlah informan yang memilih faktor kelompok acuan berjumlah tiga informan yaitu informan 1, informan 3, dan informan 5. Ketiga informan tersebut berpendapat faktor orang ketiga baik individu ataupun kelompok. . Informan 1 menjadi nasabah bank syariah dikarenakan adanya saran dari kerabat dekatnya. Kerabat dekatnya telah menjadi nasabah bank syariah cukup lama dan telah menikmati berbagai keuntungan yang didapat. Informan 5 menjadi nasabah bank syariah didasari oleh saran dari pegawai bank konvensional. Pegawai bank konvensional menyarankan kepada informan 5 untuk menabung di bank syariah atas dasar faktor prinsip bagi hasil bank syariah yang dianggap lebih bagus serta jaminan halal non riba. Kelas sosial adalah faktor yang mendominasi dalam penelitian ini. Jumlah informan yang memilih faktor ini sejumlah dua orang yaitu informan 6 dan informan 4. Informan 2 memilih faktor keluarga untuk menjadi nasabah bank syariah. keluarga yang mendorong informan 2 menjadi nasabah adalah ayahnya sendiri informan 6. Dorongan dari sang ayah menjadikan informan 2 nasabah bank syariah dikarenakan keinginannya untuk menabung.

IV. Kesimpulan

KONKLUSI

Dari hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan atas hasil analisis tersebut, yaitu

1. Berdasarkan informasi yang didapat dari tiga informan pegawai bank syariah wilayah Surabaya, serta enam informan nasabah non muslim produk *mudharabah* yang paling banyak dipilih adalah tabungan sedangkan produk *mudharabah* deposito hanya dipilih oleh 1 informan.
2. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, alasan paling mendominasi pemilihan produk *mudharabah* bank syariah adalah bebasnya biaya administrasi, sehingga jumlah tabungan tidak akan berkurang. Selain alasan bebas biaya administrasi adanya transparansi serta promosi yang diberikan saat menjadi nasabah bank syariah mempengaruhi minat masyarakat non muslim.
3. Berdasarkan hasil wawancara alasan nasabah non muslim memilih produk *mudharabah* yang dikaitkan dengan teori faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian menurut Zeithaml dan Bitner (2003). empat faktor pengaruh keputusan pembelian yang dipilih dari tujuh faktor yang tersedia yaitu :
 1. Produk
 2. Promotion
 3. Process
 4. Price

Dari empat faktor yang dipilih terdapat dua faktor yang mendominasi yaitu produk dan promotion. Sedangkan dua faktor lainnya yaitu price dan process hanya terdapat satu informan yang memilih.

4. Berdasarkan hasil wawancara alasan nasabah non muslim memilih produk *mudharabah* yang dikaitkan dengan teori konsumen Kotler dan Keller (2009) Hasil wawancara dari enam narasumber penelitian ini menghasilkan tiga faktor yang mendominasi yaitu sebagai berikut :

1. Kelompok Acuan
2. Kelas Sosial
3. Keluarga

Kelompok acuan merupakan faktor yang sangat mendominasi dalam penelitian ini di ikuti kelas sosial yang mendominasi selanjutnya dan yang terakhir adalah faktor keluarga.

IMPLIKASI

Masyarakat umum dapat mengetahui tentang perilaku masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah khususnya produk mudharabah dengan mengetahui hasil wawancara ini. Wawancara ini dilakukan hanya di wilayah surabaya.

Pihak bank syariah khususnya wilayah surabaya dapat meningkatkan minat seluruh masyarakat di surabaya. minat masyarakat yang ditingkatkan bukan hanya dari sisi masyarakat muslim saja akan tetapi masyarakat non muslim juga perlu ditingkatkan. Sehingga jumlah nasabah bank syariah bisa meningkat dan perekonomian islam yang didasari prinsip halal non riba bisa dinikmati seluruh masyarakat luas.

Rekomendasi

1. Perlunya sosialisasi dari bank syariah di Surabaya untuk memberikan pengarahan serta penjelasan yang lebih mendalam, bahwa bank syariah bukan hanya untuk kalangan muslim saja.
2. Bank syariah di Surabaya harus lebih gencar menawarkan produk-produk yang dimiliki disertai dengan promosi-promosi yang mampu menarik minat masyarakat.
3. Promosi yang dilakukan bank syariah harus bervariasi dan memperhatikan pangsa pasar. Sehingga kegiatan promosi yang dilakukan bisa tetap sasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- A.A. Anwar, Prabu Mangkunegara, 2009. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Refika
- Al Arif, M.Nur Riyanto, 2003. *Pengantar Ekonomi Syariah*. Surakarta: Pustaka Setia
- Al Azmi, Amaliah, 2015. “Alasan Nasabah Non Muslim Memilih Pembiayaan Murabahah Di Bank syariah”. *Jurnal Ekonomi Islam*. Surabaya
- Antonio, Muhammad Syafi’i, 2001. *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema insan
- Huda, Nuril, 2015. “Analisis Faktor Sosial Budaya dan Psikologis Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Pada Warung Mikro” *Jurnal Wawasan Manajemen vol 3*. Banjarmasin
- Kasmir, 2008. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Edisi revisi 2008. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Kotler, Philip, Keller, K.L, 2009. *Manajemenn Pemasaran*, Jilid 1 dan 2, edisi kedua belas. Jakarta: PT Indeks
- Moleong, Lexy J, 2007. *Metodologi penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nazir, Moh, 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Sciffman, Leon G, And Leslie Lazar Kanuk, 2008. *Perilaku Konsumen*, (7ed). Jakarta: PT Indeks
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Wiroso, 2009. *Produk Perbankan Syariah*. Jakarta: LPFE Usakti

Zeithaml, V.A, dan Bitner, M.J, 2003. *Services Marketing: Intergrating Customer Focus Across the Firm*. New York: McGraw-Hill

Undang –Undang Perbankan no 10, Tahun 1998. *Tentang Perbankan syariah*

Undang –Undang Perbankan no 21, Tahun 2008. *Tentang Perbankan syariah*

www.wikipedia.org. *"Jumlah penduduk yang memeluk agama islam di indonesia"*. Diakses pada tanggal 17 September 2016 Pukul 19.00

www.bi.go.id. *"Statistik Bank Syariah Di Indonesia"*. Diakses pada tanggal 17 September 2016 pukul 20.00

dispendukcapil.surabaya.go.id. *"Jumlah Penduduk Kita Surabaya Berdasarkan Agama"*. Diakses pada tanggal 18 September 2016 pukul 15.20